

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator
Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00



Hace unos pocos años 40.000 puntos de venta de prensa abrían sus puertas cada mañana, hoy superan con dificultad los 20.000

Durante los años ochenta la proliferación de establecimientos dedicados a la venta de publicaciones periódicas tuvo un crecimiento vertiginoso, miles de trabajadores colgaban su chaqueta y, con la nueva regulación del momento, se lanzaban a capitalizar sus derechos de paro. Bares y quioscos se convertían en el destino principal de sus ahorros.

La red crecía descontrolada, y en proporción, la preocupación ocupaba su lugar entre los distribuidores de publicaciones y los dirigentes de las asociaciones de vendedores. Fruto de todo ello, y de la falta de visión de algunos de esos dirigentes, se pactaron tanto los portes como los avales desproporcionados para esos nuevos puntos, cuya vana finalidad fue servir como medida de disuasión y contención a tamaña amenaza. Hoy, aquellas medidas han significado la desaparición de muchos quioscos.

Por raro que parezca, en la actualidad, un punto de venta de Barcelona paga alrededor de 600 euros mensuales en concepto de portes y tiene depositados alrededor de los 15.000 euros como garantía de servicio (ya sea mediante avales bancarios o incluso mediante imposiciones en metálico) a las cuatro distribuidoras que actúan en la provincia. Cada vez más vendedores hacen sus números y dividen esos insostenibles portes entre 0,20 o 0,25 (dependiendo del descuento que tenga asignado) y asumen que, en el mejor de los casos, los primeros 2.400 euros de su venta mensual los destina íntegramente al pago de ese cuestionado "servicio".

Otro aspecto que no deja indiferente a los vendedores más avisados, es el hecho de que el número de publicaciones distintas que llegan a un punto de venta supera los 3.000 títulos, y que desgraciadamente, con menos del diez por ciento, con menos de trescientas, se realiza el 95% de la venta total, por tanto, algo más de 2.700 publicaciones apenas tienen repercusión en la recaudación de la mayoría de los quioscos pero éstos las reciben estoicos sin nada poder hacer para evitarlo.

Si lo anterior no fuese suficiente, las devoluciones de las revistas integradas en esta enorme

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator

Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00

cola improductiva tienen el dudoso honor de alcanzar porcentajes de devolución por encima del 80%, requiriendo una ingente energía por parte del vendedor para recepcionarlas, en ocasiones (cada vez menos) exponerlas y finalmente para proceder a su devolución.

Finalmente, como la estadística suele ser tozuda, me atreveré a decir que el volumen principal de reclamaciones efectuadas por los puntos de venta también se concentrarán en esta amalgama de publicaciones en constante tránsito logístico, en las que algún incauto anunciante, ha malgastado parte del presupuesto publicitario su empresa.

Es evidente el interés que puede tener la distribuidora de turno en poner en circulación semejante cantidad de papel, pero tanto si se trata la satisfacción de algún grupo mediático con publicaciones de más interés, como del succulento margen obtenido con las condiciones draconianas que le aplican a ese pequeño editor, ninguna de ellas compensan en modo alguno al vendedor que las sufre, más bien lo contrario.

Llegados a este punto, uno se pregunta si no ha llegado el momento de que editores, distribuidores y puntos de venta se sienten a poner unas reglas que permitan dar continuidad a este negocio ya que, el modelo actual, aunque alguno piense lo contrario, perjudica a todas las partes por igual. La falta de miras de unos y otros está extinguiendo un modelo de negocio que, con un formato optimizado y racional, tendría años por delante.

...Mientras, la guerrilla del absurdo consume su existencia.

Multitud de pequeños editores se esfuerzan por conseguir que sus publicaciones en papel, fuente del negocio de todos, lleguen al canal de venta. El distribuidor se lo facilita en condiciones que jamás le serán rentables, pero a las que éste, se ve obligado a aceptar única fórmula para llegar al quiosco. Por su parte, el punto de venta procede a la inmediata devolución de un gran número de ellas (supongo que la permanencia de unas u otras dependerá más del gusto personal del quiosquero que de un criterio realista de sus posibilidades de venta).

Por otro lado, los editores de renombre, gastan importantes recursos en el diseño de sus portadas, sabedores que jamás serán vistas por el lector no habitual. El quiosco por su parte recepciona más producto del que es capaz de exponer y digerir, lo que le obliga a recurrir a

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator

Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00

una técnica curiosa de supervivencia, enseñar a su cliente los seis centímetros siguientes al lomo de la revista (más o menos lo equivalente a la primera letra del nombre). Conscientes de semejante práctica, los departamentos de marketing decidieron en su momento acompañarlas de grandes formatos, incómodos y desproporcionados, que sólo han conseguido que los vendedores, ahora ya adiestradamente cansados de tanta estupidez, las reubican en lugares remotos y escondidos del quiosco, pasando a un ostracismo aun mayor.

Finalmente queda el distribuidor el cual, a pasar de la carga logística que soporta, presuponemos que hace bien sus números y que la operación le sale rentable, pero sólo lo será a corto, porque cuanto más se empobrece la red de puntos de venta, cuanto más cierran sus puertas, más oscuro es su futuro, menos efectivo su trabajo y menores también serán sus ingresos inmediatos tanto por venta como por los discutidos portes que imponen. Los editores pequeños apuestan por la red y abandonan el papel, camino que también han adoptado los mayores. La búsqueda por nuevos productos difícilmente les va a proporcionar la exclusividad y monopolio del que han gozado con las revistas, y las antipatías que han germinado entre los que son hoy sus maltratados clientes, los vendedores, les pasará factura en las nuevas relaciones.

La pregunta cae por su propio peso ¿se puede saber a qué puñetas estáis esperando?

Comentarios de los lectores

Nick	Fecha	Comentario
LA GORGOLA IMPASIBLE	13-10-2010	

Todos teneis vuestra parte de razón.

Los que defendeis a las asociaciones locales. También los que creen que una confederación tiene más

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator
Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00

Lo malo es que no hay con quien negociar. Nadie se sentará en la mesa de reuniones.

Los fabricantes (Editores) tienen la obligación de buscar alternativas a productos obsoletos y en la cade

El cascabel. Los TIC TAC y las esperanzas de obligarlos a pactar condiciones me parecen bellas utopía

Si un punto de venta deja de ser rentable que no espere que nadie venga a salvarle el culo. Nadie le es

Hoy y siempre, el que da primero da dos veces. La única alternativa es tomar la delantera y anticiparse

¿Que pasaría si por una vez tomáramos nuestra propias decisiones? ¿Sabremos aceptar decisiones co

Como queda demostrado, no todos pensamos igual. Y lo que prima es salvar nuestra propias naves.

Negociar por céntimos de euro solo va a traer más miseria.

La gárgola ceniza.

Haddock

12-10-2010

No se si servirá mi aportación. durante un año un persona que conozco muy directamente se empeñó e

Total, que después de que en dos ocasiones (nunca entendí porque tuvo que votarse en dos ocasiones

Alguno puede explicarmelo, yo aún no lo entiendo, o lo que entiendo prefiero que no venga al caso

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator
Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00

O Cura de Fruime 12-10-2010

Casualmente, y sin haber leído vuestros comentarios, hablaba yo esta mañana con otra persona sobre

xeanpaul 12-10-2010

Interesante, me había referido un MODELO que a mi entender es caduco, por tanto ineficiente, si es qu

No cuestiono el esfuerzo de los que estén en juntas directivas, mas bien lamento que ese esfuerzo no s

De acuerdo con la profesionalización de la gerencia de asociaciones y confederaciones(a mi ese, esqu

BANDOLERA 12-10-2010

Estoy por hacer un copia-pegar de comentarios anteriores de una menda.... Y todavía más cargadas de

kioskero 12-10-2010

El CASCABEL es la PROFESIONALIZACIÓN de la gerencia en las asociaciones y confederaciones. Yo

Un saludo.

Colorines 11-10-2010

No te me ofendas que no va por tí. Pero desgraciadamente es así y a mi me pasa con algunos "compañ

Mil euros me parece demasié. debe ser una asociación de la Jet Set (es broma)

Alenvedi 11-10-2010

Colorines que la asociación me cuesta mas de mil €/ año.

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator
Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00

Please te ruego que no me repitas lo de pagar y ya está.

Un Saludo.

Colorines 11-10-2010

No generalicemos, Enrique. Las asociaciones, con todos los defectos que puedan tener, son positivas.

No obstante reconozco que es vergonzoso para el sector el que haya dos confederaciones de vendedores.

Con respecto a los ignorantes que piensan que asociarse no sirve de nada he de confirmarte que están equivocados.

Un saludio

BANDOLERA 11-10-2010

Pues mira, ya opino como dos más!

ragumum 11-10-2010

Vaya tela como has relatado el momento actual en la edición, distribución y venta de una revista, lo tengo claro.

Otra idea es la que proponéis de la unión de los puntos de venta, siendo representados por figuras que representen a los socios.

Alenvedi 11-10-2010

Colorines hasta ahora las asociaciones han servido más para dividir que para unir. Tu mismo lo dices "Cada uno por su lado".

Y así es como comprobamos que una pieza de pan tiene unos márgenes de un mínimo 35% en los puntos de venta.

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator
Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00

Las asociaciones deberán vertebrar este movimiento pero están demasiado ocupadas en mantener su

Un Saludo.

Colorines 11-10-2010

Hummm, discrepo.

respecto de las asociaciones que tenemos diré que: algo es algo y es mejor que nada.

Creo que, en general, los puntos de venta asociados gozan (gozamos, oohhh, aahhh. Es broma) de co

De todos modos: ¿quién le casca al gato?

BANDOLERA 11-10-2010

Opino como Xean Paul. Un saludo. TICTAC.

xeanpaul 11-10-2010

Asociaciones hmmmmm

A ver, voy a decir una frase muy tópica:

El modelo actual de asociación de vendedor de prensa no sirve, es algo caduco, no sirve

Aquí habrá que empezar prácticamente de cero, pero

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator
Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00

¿Quien le pone el cascabel al gato?

Colorines

11-10-2010

Bueno, vayamos buscando un modelo adecuado de cascabel.

Evidentemente lo ideal es que esa plataforma sea lo más amplia posible, de otro modo no habría fuerza

Cascabel tipo A: Nos vamos juntando los puntos de venta más implicados e intentamos ir convenciendo

B: Aprovechamos la infraestructura actual de las asociaciones planteando en cada asamblea de cada aso

C: Contactamos a nivel de confederación nacional

¿Quién se anima a poner el cascabel?

meditalind@

11-10-2010

Hol@, me parece fantástica [la exposición](#) Alenvedi.com pero que se en la tales editores, de tirada más qu

Alenvedi

10-10-2010

Magnífico y de acuerdo. ¿y quien le pone el cascabel al gato?.

Nadie va a querer hablar, el editor pequeño tiene menos fuerza que la carne de membrillo, el gran edito

El incauto paganini paga enormes sumas por una publicidad que nadie ve y es engañado con los datos

¿Qué puñetas estáis esperando?

Escrito por Administrator
Sábado 16 de Octubre de 2010 23:00

El distribuidor cada vez más empobrecido económicamente por las bajadas de ventas (lógicas en un pr

La única solución si la hubiere es que formemos algún tipo de plataforma que sea la que marque los pr

Jaume Canyelles

10-10-2010

Muy buena exposición del tema. Es curioso que cuando había exceso de quioscos subieran los costes p